

## 9. ФРАНЧАЙЗИНГ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ

Є. В. Затірка, Ю.І. Сологуб

*Національний університет харчових технологій*

Під туристичним франчайзингом, і франшизою в туризмі розуміють співпрацю між компаніями, при якому франчайзер (власник марки, ноу-хау, технологій роботи, обслуговування клієнтів) передає на оплатній підставі свої знання, бренд і успішну модель ведення туристського бізнесу своєму партнеру - франчайзі. При цьому франчайзі залишається самостійною юридичною особою.

Останнім часом в умовах економічного спаду та жорсткої конкуренції величезне число невеликих турагенцій просто перестало існувати, не витримавши навантаження. У такій ситуації тільки франчайзинг дозволяє зберегти бізнес.

Ринок турфірм в Україні сьогодні перебуває в стані перенасичення. Незважаючи на високу конкуренцію і низьку прибутковість бізнесу в даній галузі, в туристичному франчайзингу річна прибутковість в початкові два роки може доходити до 300 відсотків.

Пропозиції франчайзингу сьогодні в Україні пропонують наступні турагенства: «Куда угодно», «Tez Tour», «Joinup», «Фієрія мандрів» мережа агент «Соната» та ін.

Туристичний бізнес в сучасних умовах вимагає високих організаційних здібностей і вмінь. Незалежне входження на ринок стало ризикованою і нерентабельною справою для підприємців.

Франчайзингова схема представляє масу переваг власникові турбізнесу - це і впізнаваний бренд , і досвід керуючої компанії , рекламна підтримка , єдиний колл- центр, і підвищену комісію від постачальників - туроператорів.

Якщо коротко, то франчайзинг дозволяє своєму власникові мати власний турбізнес, але не бути самотнім в жорсткій конкурентній боротьбі. Франчайзинг в туризмі - дозволяє легше відкрити прибуткове турагентство .

При покупці туристичної франшизи покупець одержує від франчайзера певну підтримку – напрацьовані технології, систему управління і торгівлі і т.д.

Головною перевагою франчайзингу є те, що франчайзі не доводиться турбуватися про бізнес на стадії його первісного становлення.

Переваги туристичного франчайзингу полягають в його затребуваності. Адже чим більше людей відправиться в подорож, тим більше буде зайнято місць в літаку або автобусі, тим більш вигідним виявиться тур для туроператора. Можна пригадати массу позитивних прикладів франшиз в туризмі ,які досягли дуже серйозних успіхів, працюючи під “чужою” торговою маркою, купленої за франшизою. У порівнянні з покупкою готового туристичного бізнесу і вже тимбільше відкриттям турагентства з нуля переваги туристичного франчайзингу очевидні:

- робота під відомою маркою, яка вже має власних клієнтів і певний “вагу” в бізнес колах.
- імідж турагентства гарантовано росте, і франшиза для цього не прикладає ніяких особливих зусиль;

Сьогоднішній ринок турагенцій в Україні не відрізняється величезним розмаїттям, і навряд чи різні франчайзери можуть запропонувати щось принципово відмінне один від одного. Вибираючи туристичну франшизу, варто приділити особливу увагу наступним моментам:

- престижність бренду. Сьогодні практично всі великі туристичні компанії продають франшизу, так що вибір досить великий;
- розташування офісу. Так як практично всі пропоновані франшизи в основному ідентичні в плані пропонованих турів, варто звернути увагу на такі моменти, як розташування офісу, його внутрішній і зовнішній дизайн, а також професіоналізм менеджерів.

Ринок франшиз України поки недооцінений і знаходиться мало не в зародковому стані. Поки що даний ринок є ринком продавця. Причому, в яку б сторону не хитнувся маятник, франчайзинг в туризмі в будь-якому випадку виявиться у виграші: якщо система почне рушитися, багато дрібних гравців виявлять бажання вступити у велику мережу, щоб залишитися на плаву.

## **ЛИТЕРАТУРА**

1. <http://vlasnasprava.in/novici%D1%97-ta-cikavi-novini-biznesu/franchajzing-u-turizmi.html>
2. <http://tour-experts.ru/franchayzing>
3. [http://franch.biz/franch/index.php?sfera\\_id=79](http://franch.biz/franch/index.php?sfera_id=79)